

ABSTRAK

Joko Sutrisno, 1720310192, Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Klinik Herbal NSA Kudus. 2022

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dalam pengembangan pemasaran di era digital pada Klinik Herbal NSA Kudus berdasarkan analisis SWOT. Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan berasal dari dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder yang didapatkan melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh Klinik Herbal NSA Kudus melalui dua kombinasi yaitu pemasaran konvensional (*offline*) dan pemasaran digital (*online*). Dalam pemasarannya Klinik Herbal NSA Kudus menerapkan strategi *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Meliputi pertama, *Product* (produk) yaitu dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas pada konsumen. Kedua, *Price* (harga) yaitu menetapkan harga sesuai dengan HET yang sudah berlaku. Ketiga, *Place* (distribusi) yaitu Klinik Herbal NSA menggunakan dua saluran distribusi yang terdiri dari saluran distribusi langsung dan tidak langsung untuk meningkatkan jangkauan pasar agar semakin luas. Keempat, *Promotion* (promosi) yaitu Klinik Herbal NSA melakukan promosi penjualan seperti membuat iklan melalui media *offline* maupun *online*, memberikan penawaran khusus, serta berpartisipasi dalam kegiatan *event-event* yang ada. Dalam pelaksanaannya, klinik herbal NSA Kudus memiliki beberapa keunggulan yang menjadi faktor pendukung seperti pada segi produk yang tidak dimiliki oleh kompetitor, jangkauan pasar yang luas, serta lebih mengutamakan nilai kemanusiaan dengan membantu konsumen yang kurang mampu. Selain itu terdapat juga kekurangan didalamnya yaitu masih kurangnya pemanfaatan teknologi dan media digital secara maksimal. Adapun solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kekurangan tersebut adalah dengan memaksimalkan kegiatan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi media digital serta platform jual beli online.

Kata Kunci ; Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Pengembangan